



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

GAME BREAK: UM PROGRAMA TELEVISIVO SOBRE E-SPORTS

MARINA MEIRELES MADEIRO

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

GAME BREAK: UM PROGRAMA TELEVISIVO SOBRE E-SPORTS

Projeto prático submetido à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social / Jornalismo.

Marina Meireles Madeiro

Orientador: Prof. Fernando Ewerton Fernandez Júnior

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia o Projeto Prático **Game Break: um programa televisivo sobre e-sports**, elaborado por Marina Meireles Madeiro.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Fernando Ewerton Fernandez Júnior

Doutor em Ciência da Informação pelo convênio IBICT/ECO-UFRJ

Departamento de Expressão e Linguagens – ECO - UFRJ

Profa. Dra. Mônica Machado Cardoso

Doutora em Comunicação e Cultura ECO-UFRJ

Departamento de Métodos e Áreas Conexas da Comunicação – ECO - UFRJ

Prof. Dr. Márcio Tavares D'Amaral

Pós-Doutor em Filosofia pela Universidade de Paris (Sorbonne)

Departamento de Fundamentos da Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

MADEIRO, Marina Meireles. **Game Break: um programa televisivo sobre e-sports.** Rio de Janeiro, 2017.

Projeto prático (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo)
– Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Fernando Ewerton Fernandez Júnior

MADEIRO, Marina Meireles. **Game Break: um programa televisivo sobre e-sports**. Orientador: Fernando Ewerton Fernandez Júnior. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Projeto prático em Jornalismo.

RESUMO

Este trabalho de conclusão é um programa piloto de um jornal televisivo dedicado exclusivamente à cobertura de esportes eletrônicos. O projeto tem a estrutura de um telejornal, com os assuntos separados em blocos, com um âncora, cabeça e matérias fechadas, elaborado a partir de análises das estruturas dos principais telejornais do Brasil, associadas à pesquisa de manuais de telejornalismo. Junto ao programa, é apresentado um relatório de produção onde se detalha todas etapas da execução do projeto e as pesquisas de audiência e relevância dos *e-sports* ao longo da história. Pretende-se propor uma nova forma de abordagem do jornalismo esportivo específico para o universo dos esportes eletrônicos e, ainda, ajudar na ampliação da pesquisa acadêmica da área *games*.

Agradecimentos

A toda a minha família, mas especialmente aos meus pais Regina e Sergio, que desde sempre me apoiaram na carreira que escolhi, sempre me motivaram a seguir firme em busca de novos desafios e a sempre dar o meu melhor em tudo que decidir fazer.

Ao meu irmão Matheus, que é e sempre será o meu melhor amigo, que me incentiva em tudo que eu faço e sem o qual eu não conseguiria superar metade das coisas pelas quais passei.

Aos meus amigos do Santo Agostinho e do Notre Dame, que me acompanham há tanto tempo e sem os quais eu não teria tido força para superar muitos desafios, entre eles o vestibular, que foi o pontapé inicial para a minha carreira. Vocês sempre acreditaram em mim e no potencial que eu tinha para chegar até onde já cheguei. São como uma família para mim.

Aos amigos que fiz na faculdade, especialmente às meninas do Cortiço, que acompanharam de perto todos os meus obstáculos ao longo dos oito períodos e que ajudaram a tornar esses quatro anos inesquecíveis.

Ao meu amigo e editor de imagem Filipe Ronqui, que sempre acreditou no meu projeto de e-sports e sem o qual eu não teria conseguido gravar, nem editar o “Game Break”.

Ao meu orientador Fernando Ewerton, que topou o desafio de orientar o meu projeto no meio do período, que buscou conhecer mais sobre os esportes eletrônicos só para me ajudar e que, desde então, só fez me incentivar a seguir nessa carreira apaixonante que é o jornalismo esportivo.

A todos os amigos que fiz pelos estágios que passei, no Canal Archimedes, Jornal O Sol, Canal Futura, Globo.com e, especialmente, no Sportv, que talvez não saibam, mas me ensinaram na prática muito mais do que eu poderia imaginar dentro da sala de aula.

A Deus, em quem confio e tenho fé, que me ajudou em todos os momentos, até quando nem eu acreditava que daria tempo de terminar tudo.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. A EVOLUÇÃO DOS ESPORTES ELETRÔNICOS	9
2.1. A “Febre” da atualidade.....	12
3. COBERTURA JORNALÍSTICA DE <i>E-SPORTS</i>.....	16
3.1. A narrativa esportiva.....	19
4. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO.....	21
4.1. Roteirização	22
4.2. Gravação	23
4.3. Edição	24
5. CONCLUSÃO	25
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

1. INTRODUÇÃO

O atual conceito de esporte vem sendo construído há mais de um século, desde a primeira Olimpíada da Era Moderna, em 1896. Desde então, muitos esportes foram sendo incorporados, ou retirados, de acordo com a relação da sociedade com cada modalidade. Já os jogos eletrônicos têm uma história bem menor, com pouco mais de 30 anos.

Das competições de *Atari*, anos 1980, até as megaproduções de *League of Legends*, em 2017, houve uma grande evolução. Um levantamento da consultora Newzoo revelou que, em 2013, cerca de um quinto da população mundial já era jogadora de um *game*. Outra pesquisa, feita pelo banco de investimentos de produtos digitais *Digital Capital*, mostrou que a indústria dos jogos eletrônicos deve faturar cerca de 100 bilhões de dólares até o fim de 2017, o que supera o faturamento de *Hollywood*, por exemplo.

O maior emprego de capital ajudou a organização dos campeonatos de jogos eletrônicos. Os usuários, que também podemos chamar de *players*, começaram a duelar sob formatos de competições regionais, nacionais e até mundiais. Assim, o que era apenas uma diversão passou a ser considerado uma modalidade esportiva, e com ela toda uma mídia especializada por detrás.

No exterior, esse tipo de jornalismo especializado já está bastante consolidado, como é o caso da Coreia do Sul, onde há canais de televisão exclusivos para o assunto. Porém, no Brasil ainda são poucos os exemplos de *broadcasts* (as transmissões *online*) que conseguem sair do âmbito virtual da *web* e conquistar alguns minutos nas mídias tradicionais.

Com esse trabalho prático, elaborei um piloto como sugestão de conteúdo especializado para ser transmitido em um dos principais veículos de esporte do Brasil, o canal por assinatura SporTV. O formato escolhido foi o de boletim por ser o mais próximo do modelo tradicional de jornalismo e que, portanto, caberia na grade do canal sem maiores choques de linguagem. O principal *e-sport* abordado é o jogo online *League of Legends*, atualmente o *game* mais jogado no país e no mundo, segundo a pesquisa Game Brasil, da ESPM.

Além do projeto piloto, o trabalho inclui capítulos com os quais procuro estabelecer algumas diretrizes teóricas que ajudaram a me orientar na roteirização do projeto e, também, que me motivaram a pesquisar sobre o assunto.

No capítulo 2, será traçada uma linha histórica sobre a evolução dos jogos eletrônicos até serem considerados *e-sports*. Os primeiros videogames serão abordados, os primeiros campeonatos em rede, a distinção entre os principais tipos de *games*, a formação das associações e a regulamentação que hoje existe. Ao final, será exposto um pouco mais sobre o *League of*

Legens (LOL), explicando algumas de suas regras e dando um panorama geral sobre a organização de seus campeonatos.

Traçada a história, o capítulo 3 abordará mais de perto as semelhanças entre os esportes eletrônicos e os esportes tradicionais. Após uma comparação entre suas estruturas físicas, profissionais, competitivas e até entre suas construções narrativas, esse extrato do trabalho pretende justificar o porquê de se ter um programa sobre *e-sports* dentro de um contexto esportivo e não dentro da editoria de entretenimento.

Por fim, o capítulo 4 é dedicado à descrição das etapas de produção do piloto. Inicialmente trazendo números de audiência e consumo que justificam a criação de um conteúdo direcionado. Em seguida, explicando cada etapa da confecção do roteiro, as dificuldades de gravação e as opções tomadas na ilha de edição.

Mais que apenas sugerir um novo produto a ser consumido na televisão ou internet, a união desses projetos, prático e teórico, é uma forma de contribuir para a pesquisa no tema dos esportes eletrônicos, ainda tão escassa no meio acadêmico. Como Mauricio Stycer (2009) descreve em seu livro *A História do Lance!*, o jornalismo esportivo foi por muito tempo visto como um local de fanáticos, um jornalismo subalterno e sem teorização. Mas, com o passar do tempo e com a contribuição de grandes nomes, como João Saldanha e Juca Kfoury, essa ideia foi sendo abandonada.

Portanto, o trabalho é uma ajuda para que também o jornalismo de *games* não seja mal interpretado como um local de entusiastas sem objetivos de apuração, de sensacionalistas ou de visões parciais de iniciantes. Essa conclusão será apresentada, então, no capítulo 5, onde serão reunidas as ideias trabalhadas que me levaram a essa percepção.

2. A EVOLUÇÃO DOS ESPORTES ELETRÔNICOS

Os esportes eletrônicos, ou “*e-sports*” vivem o pico de sua popularidade. Com presença em todos os cinco continentes e com campeonatos profissionais em quase todos os países do mundo, alguns estudiosos classificam a segunda década do século XXI como a “febre dos *e-sports*”. Porém, até a chegada a esse ponto, foi preciso uma evolução que nem sempre é comentada.

A primeira competição eletrônica de que se tem notícia foi em 1972 com o jogo *Spacewar*. O campeonato foi fechado entre os estudantes da Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, e seu vencedor recebeu por um ano a assinatura da revista *Rolling Stones*.

Depois, apenas em 1980, a empresa de games Atari organizou aquele que é considerado o primeiro campeonato de games em larga escala do mundo, com cerca de 10 mil inscritos. *Space Invaders Championship* era jogado no *console* (plataforma de videogame) que levava o mesmo nome da empresa. Até hoje, o Atari é considerado o *console* que originou todos os demais *games* da história.

Na década seguinte, a empresa Nintendo, concorrente da Atari no mercado de jogos, lançou o seu primeiro *console*, o NES. Rapidamente, ele tomou o cenário de jogos por apresentar um design mais despojado e uma maior diversidade de jogos que seu concorrente, além de ter a opção “multi-player”, com mais de um jogador. Registra-se que foram vendidos cerca de 60 milhões de *consoles* na época¹.

Diante da grande difusão da plataforma, a Nintendo resolveu organizar seu próprio campeonato, o Nintendo World Championships, em 1990, que teve etapas em várias cidades dos Estados Unidos e a grande final sediada na Califórnia. O vencedor seria aquele acumulasse a maior quantidade de pontos nos três principais jogos do NES: *Super Mario Bros*, *Rad Racer* e *Tetris*. A competição foi dividida em três faixas etárias: até 11 anos; de 12 a 17 anos; e acima de 18 anos. Já se percebia, então, a maior penetração desse tipo de atividade entre jovens do que entre adultos.

Em 1996, a Nintendo, ainda líder absoluta do mercado, lançou o videogame de maior sucesso de todo o século XX, o Nintendo 64. Com a possibilidade de reunir até quatro jogadores, imagens coloridas, grande variedade de jogos e computação gráfica 3D, o N64 ultrapassou o número de 30 milhões de cópias vendidas e se tornou uma marca na história dos videogames².

¹ Disponível em: <http://emalta.com.br/videogames-mais-vendidos-da-historia/> acesso em 30/05/2017

² Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/os-20-consoles-mais-vendidos-da-historia/> acesso em 30/05/2017

Percebe-se que, apesar da existência de alguns campeonatos e da ampla divulgação dos *consoles* mundialmente, ainda não se falava em uma atividade esportiva, pois os jogadores não mantinham contato tão expressivo com os adversários.

A grande revolução veio com a popularização da internet, no final dos anos 1990. Com ela, os jogos saíram de suas plataformas específicas, os *consoles*, e avançaram para os computadores. Observou-se então, no início do século XXI, a explosão das “*lan-houses*”, estabelecimentos em que os jogadores se reuniam para jogar *games online*, em rede de internet. Afinal, por mais que a internet se popularizasse, o acesso em casa nem sempre era estável ou viável financeiramente.

O país precursor da nomenclatura *e-sport* foi a Coreia do Sul. Já em 2000, o país reconheceu o esporte virtual como uma modalidade. No mesmo ano, foi fundada a primeira Federação de esportes eletrônicos e, pela primeira vez, falou-se em uma divisão entre jogadores profissionais e amadores. Vale ressaltar que grande parte desse incentivo veio do governo sul-coreano, que investiu massivamente no desenvolvimento da internet no país, ferramenta essencial para os jogos em rede.

A categorização dos jogos eletrônicos como “esporte” foi também um fator fundamental para o destaque coreano nos campeonatos dos anos 2000. Afinal, a partir de então, os jogadores passaram a receber todos os benefícios dos atletas “tradicionais”, como bolsa atleta, e começaram a enxergar os *games* como uma possibilidade de sustento.

Patrocinada pela Samsung e pela Microsoft, foi fundada a *World Cyber Games* (WCG) em 2000, uma empresa sul-coreana responsável por organizar e fomentar o esporte eletrônico internacional. Ela desenvolveu a primeira “Olimpíada dos Games”, no mesmo ano da fundação, em Yongin, na Coreia do Sul. Reuniram-se 174 participantes de 17 países para disputar campeonatos de *Age of Empires II*, *Quake III* e FIFA 2000. Desde então, as “Olimpíadas” são realizadas uma vez por ano, em países diferentes.

Ainda na Coreia surgiu a primeira mídia especializada em esportes eletrônicos. Foram criados os canais “OnGameNet” e “MBC Game” para transmitir, exclusivamente, as partidas dos campeonatos de *Starcraft* e *Warcraft III*.

A partir de então, com o crescimento do fenômeno *e-sport* e inspiradas pelo bom exemplo sul-coreano, outras federações e organizações começaram a aparecer nos demais países participantes dos campeonatos. A segunda a surgir foi a *Major League Gaming* (Estados Unidos e Canadá). Os Estados Unidos, inclusive, estão seguindo o mesmo nível de organização e importância dos *e-sports* e implementaram em seus conhecidos sistemas de bolsas para as universidades os atletas de esportes eletrônicos. Algumas bolsas chegam a ser de até 15 mil dólares ao

ano, como é o caso da *Robert Morris University*, em Chicago, uma instituição sem fins lucrativos, pioneira na iniciativa³.

Apesar da inferioridade tecnológica no início do século XXI, sobretudo no quesito de velocidade da internet, o Brasil se destacou no cenário eletrônico ao ser o terceiro país no mundo a ter uma confederação para esse tipo de modalidade. É a Confederação Brasileira de Esportes Eletrônicos (CBEE), fundada em 2006.

No Brasil, as universidades também estão começando a se organizar e montar seus próprios campeonatos. A UFRJ, por exemplo, tem um grupo organizado pelos alunos com cerca de 1.200 membros. Eles organizam a competição entre o corpo discente com duas “modalidades”, o CS:GO e o *League of Legends* (LOL). Tendo em vista essa organização, o MEC, em parceria com a Riot Games, produtora do LOL, organizou o UniLOL⁴, um portal da web que ajuda times universitários a crescerem e competirem com outras regiões do país.

A popularização dos jogos gerou uma maior diversificação dos campeonatos. Com o *Counter-Strike* e o *Warcraft*, ambos lançados no início dos anos 2000, passou-se a diferenciar os jogos entre *First Person Shooter* (FPS), em que o *player* atua em primeira pessoa e a visão do personagem é a sua visão; *Multi-player Online Battle Arena* (MOBA), em que o jogador assiste em terceira pessoa e tem uma visão mais ampla do cenário de jogo; e os simuladores, que geralmente são aqueles *games* que imitam alguma modalidade esportiva tradicional, como o FIFA. A evolução foi tanta que, de 10 campeonatos oficiais internacionais em 2000, passou-se a 160 em 2010⁵.

Cada um desses três tipos de jogos, FPS, MOBA e simuladores, tem sua própria organização competitiva. Mas, como via de regra, todos têm campeonatos regionais e, em determinado período da temporada, têm seu campeonato mundial, que reúne milhares de espectadores pela internet.

A partir da segunda década do novo milênio, mais mídias especializadas na internet surgiram e ajudaram a disseminar os *e-sports*. A principal foi a *Twitch TV*, um site de internet de transmissão online dos principais campeonatos do mundo. O portal também funciona como uma plataforma em que os jogadores profissionais (*pro players*, como são geralmente conhecidos) podem criar “canais” próprios e ali divulgar seus trabalhos. Para se ter uma ideia da dimensão da Twitch, um bom caso é o canal do melhor jogador do mundo, o sul-coreano Faker.

³ Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2014/10/universidade-nos-eua-oferece-bolsas-para-jogadores-de-league-legends.html> acesso em 30/05/2017

⁴ Site oficial UniLOL: <http://unilol.br.leagueoflegends.com/>

⁵ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Esporte_eletr%C3%B4nico acesso em 30/05/2017

Em seu primeiro dia de transmissão, ele bateu o recorde visualizações ao alcançar a marca de 245 mil acessos simultâneos ao conteúdo⁶.

A transmissão online, conhecida como *streaming*, transformou os *cyberatletas* em verdadeiros ídolos, tais quais jogadores de futebol. Com ela, os fãs puderam acompanhar de perto o desempenho de suas equipes. Ao mesmo tempo, teve início o mesmo processo de idolatria que existe com atletas de esportes tradicionais, como futebol. Os dois principais jogadores dos dois maiores jogos no Brasil, por exemplo, Felipe “BRtT”, do LOL, e Gabriel “Fallen”, do CS:GO, têm respectivamente 553 mil e 458 mil seguidores no Twitter⁷.

Pode-se notar, então, nesses meios alternativos de transmissão na web uma audiência que muitos meios tradicionais de comunicação almejam e nem sequer chegam perto. Na final do Mundial de *League of Legends* de 2016, a Twitch registrou uma média de 40 milhões⁸ de visualizações por *streaming*. Para efeito de comparação, essa transmissão superou a média da final da NBA de 2016 entre Golden State Warriors e Cleveland Cavaliers, que teve e marca de 30,8 milhões de telespectadores⁹. Diante desses fatos, a mídia contemporânea chama o momento atual de “Febre dos *e-sports*” e começa a abrir seus olhos para esse tipo de transmissão.

2.1 A “Febre” da atualidade

Atualmente, o jogo com o maior número de *players* é o *League of Legends* (LOL). Trata-se de um MOBA, ou seja, um jogo de terceira pessoa, em que o jogador precisa montar uma equipe de cinco jogadores para destruir todas as torres da equipe adversária até chegar ao Nexus, cuja destruição é o objetivo principal.

Tal qual em uma equipe de futebol, cada jogador tem sua função na equipe. De maneira abrangente, o Topo é responsável por destruir as torres da rota da parte de cima do mapa. O Meio, deve abrir o caminho pela rota mediana. O Atirador e o Suporte devem destruir os obstáculos da rota inferior. Enquanto o Caçador deve explorar a parte não visível do mapa e ganhar ouro e experiência para a sua equipe. Juntos, os cinco, guiados por um técnico, devem elaborar estratégias para conseguir derrubar todas as 11 torres adversárias e chegar até a base inimiga para destruir o Nexus.

⁶ Disponível em: <http://br.ign.com/esports/45227/news/league-of-legends-faker-da-skt-t1-bate-recorde-de-audiencia> acesso em 30/05/2017

⁷ Informações retiradas dos perfis oficiais de Gabriel Fallen (@FallenNCS) e Felipe BRtT (@brttOficial)

⁸ Disponível em: <http://sportv.globo.com/site/games/noticia/2016/12/final-do-mundial-de-lol-bate-recorde-com-43-mi-de-espectadores-na-internet.html> acesso em 30/05/2017

⁹ Disponível em: <https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2016/12/07/audiencia-da-final-mundial-de-lol-supera-numeros-da-decisao-da-nba-2016.htm> acesso em 31/05/2017

Ainda inspirados pelo futebol, principal esporte mundial, as equipes de LOL viraram verdadeiros clubes, com direito até a sócio torcedores. Segundo levantamento do Futebol Melhor, a Pain Gaming, principal clube de *e-sports* do Brasil, com seus 537 mil inscritos, tem mais sócio-torcedores do que alguns times da série A do Brasileirão de Futebol, como o América-MG, Coritiba e Vitória, e mais que quase todos os clubes da série B do ano de 2016, à exceção do Vasco da Gama.

Esse crescimento do *e-sport* no cenário brasileiro também representou uma valorização dos atletas. Por exemplo, o principal jogador do Brasil, Gabriel “Kami”, recebe um salário mensal superior a 20 mil reais e tem uma multa rescisória de 1,5 milhão de reais com seu clube, a Pain Gaming. Números que chegam a causar inveja em muitos atletas de outras modalidades esportivas, como Handebol, que não tem uma federação tão forte.

O *League of Legends* surgiu em 2011, mas seu grande marco histórico veio em 2013, quando o governo americano, incentivado pela *Major League Gaming*, reconheceu os jogadores de LOL como atletas. Essa decisão foi crucial para que o Comitê Olímpico Internacional (COI) também começasse o seu próprio processo de reconhecimento do jogo como uma modalidade olímpica. A cidade de Los Angeles, uma das candidatas à sede das Olimpíadas de 2024, colocou em seu programa a inclusão os esportes eletrônicos como uma meta a ser cumprida, caso seja eleita.

Essa determinação, aliada aos números cada vez mais expressivos das audiências dos campeonatos, abriu os olhos da mídia nacional. Em 2016, pela primeira vez na história do canal por assinatura SporTV, foi transmitida na íntegra uma final de campeonatos de *e-sport*. A primeira experiência foi com o Campeonato Brasileiro de Dota II, depois com a final do Campeonato Brasileiro de LOL e, em outubro, a transmissão da final do Campeonato Mundial de LOL.

Além das transmissões dos campeonatos, os programas de televisão têm investido cada vez mais em coberturas específicas e programas especiais. A ESPN criou um faixa de seu telejornal uma vez por semana para comentar os avanços no mundo *geek* – como é chamado o universo nerd. A expressão engloba não só os *games*, mas também as histórias em quadrinhos e os *Animes* japoneses.

A cobertura jornalística até ampliou suas fronteiras para além do jornalismo esportivo. No canal Globonews, o “Jornal das 10”, transmitido de segunda a sexta-feira às 22h, criou a faixa exclusiva chamada “Mundo Geek”, justamente para fornecer informações sobre o mundo nerd e de *games*.

Porém, quando se fala em quantidade de conteúdo, o canal Esporte Interativo é o mais à frente nesse tipo de cobertura. Ele já conta com o programa “Game Mania” e, a partir de

dezembro de 2016, com o programa “Fanáticos”, que é uma mistura de *reality show* com *talkshow* em que os fãs das equipes brasileiras tem que provar seus conhecimentos acerca da modalidade.

O Esporte Interativo conta, ainda, com um narrador específico para esportes eletrônicos. É o jornalista Otávio Neto. Ele não só narra futebol, basquete e futebol americano, como também narra partidas do jogo CS:GO. Além de narrar as partidas, ele ainda apresenta o programa EI Games, que traz as novidades do mundo dos *games*, como os lançamentos mais recentes, como também notícias dos diferentes campeonatos de *e-sports* no Brasil e no mundo.

Muitos veículos fecham os olhos, mas o Brasil a cada ano se afirma mais no cenário dos jogos eletrônicos. No campeonato mundial de Counter-Strike, por exemplo, a equipe brasileira SK é a atual bicampeã. O próprio LOL chama atenção pelos palcos das finais dos Campeonatos Brasileiros: em 2014, o estádio Maracanãzinho; em 2015 o Allianz Park (a Arena Palmeiras); e em 2016, o Ginásio do Ibirapuera. Todos os anos com os ingressos esgotados.

Os jogadores de *League of Legends* são divididos em servidores. Cada região do planeta tem seu servidor, de modo a dividir os atletas em 13 ligas principais. O Brasil é considerado uma liga à parte e única, devido ao grande número de usuários. No mundo, a Riot Games, produtora do jogo, anunciou que existem mais de 100 milhões de contas ativas, ou seja, aquelas que as pessoas usam pelo menos uma vez no mês. Já no *server* nacional, ela anunciou que existem cerca de 10 milhões¹⁰. Portanto, com um número tão expressivo, ficou decidido que o Campeonato Brasileiro seria uma região única e que seu vencedor teria acesso direto a campeonatos internacionais.

O Campeonato Brasileiro de *League of Legends* (CBLOL) acontece em dois momentos, chamados *splits*. O primeiro *split* acontece de janeiro até abril, normalmente, no modelo de disputa todos contra todos, tal qual no Brasileirão. Então, os quatro melhores classificados avançam para as semifinais e depois para a final. Daí então se tem o primeiro campeão, que terá acesso direto ao Mundialito, competição que reúne os campeões das 13 ligas de LOL no mundo (Coreia do Sul, China, Turquia, Sudeste Asiático, Oceania, Comunidade dos Estados Independentes, Europa, Estados Unidos, América Latina Sul, América Latina Norte, Brasil, América do Norte e LMS – liga que reúne Hong-Kong, Taiwan e Macau).

Em junho começa o segundo *split*. O torneio segue o mesmo formato do anterior. A única diferença é que o vencedor agora consegue acesso direto ao Mundial, um campeonato

¹⁰ Disponível em: <http://mycnb.uol.com.br/noticias/4623-riot-diz-que-league-of-legends-tem-100-milhoes-de-jogadores> acesso em 19/07/2017

bem maior, que esse ano passará a contar com 24 equipes ao total, e terá duração de quase dois meses.¹¹

Mas, como se trata de um esporte com história tão recente, é natural que novos campeonatos surjam. O último a ser criado foi o *Rift Rivals*¹², que será uma disputa específica entre regiões rivais. O Brasil participará do torneio contra a América Latina Sul e Norte. Por isso, o campeonato está sendo até chamado de “Libertadores do LOL”, em analogia à Taça Libertadores, em que os melhores times de futebol da América Latina duelam entre si.

¹¹ Página oficial do CBLol: <http://br.lolesports.com/>

¹² Página oficial com regulamento do *Rift Rivals*: http://www.lolesports.com/en_US/articles/get-ready-rift-rivals

3. COBERTURA JORNALÍSTICA DE *E-SPORTS*

Uma das principais questões que o *League of Legends*, ou qualquer outro esporte eletrônico, enfrenta é a dúvida sobre sua qualificação como “esporte”. Esse questionamento leva ainda à dúvida sobre qual editoria deveria abordar os eventos: jornalismo esportivo ou de entretenimento?

Essa segunda dúvida paira sobre a situação dos eventos e transmissões. Ainda existe a ideia de que os jogos de videogame são apenas objetos de lazer. Portanto, quem os joga não está “trabalhando”, mas sim “se divertindo”.

A visão dos videogames fora do âmbito esportivo vêm de uma concepção arcaica sobre qual seria a definição do esporte, como a encontrada no livro *Manual do Jornalismo Esportivo*:

Um ponto que pode gerar boas discussões é a definição do esporte. A competição deve ser entre seres humanos e suas habilidades, treinos, esforços, superação pessoal, física e psíquica, enfim, com equipamentos semelhantes. Assim, os principais componentes do esporte são: desenvolvimento físico, regras definidas e competição. (BARBEIRO E RANGEL, 2006, p. 14)

Nesse tipo de declaração, o esforço físico é tido como fator determinante para a concepção do “esporte”. Assim, atividades que não requeressem o mesmo estariam excluídas. Nessa linha, os autores excluem, por exemplo, o automobilismo, o esqui e o alpinismo, modalidades que hoje já têm seus próprios mundiais ou mesmo já são reconhecidas pelo Comitê Olímpico Internacional, como é o caso das duas últimas. Isso sem contar outras categorias ignoradas no livro e também consagradas nos noticiários esportivos, como golfe, tiro e tiro com arco.

Ainda na questão física, é um engano acreditar que jogar computador ou videogame não demanda esforço. É preciso toda uma preparação corporal para aguentar campeonatos que, por vezes, chegam a durar mais de seis horas, como a final do Mundial de LOL de 2016. Com o crescimento dos *e-sports*, é cada vez maior o número de *pro players* com lesões graves, como o capitão da equipe americana de LOL *Cloud 9* – uma das mais tradicionais da América do Norte –, que precisou se aposentar devido a uma lesão irreversível no pulso.¹³ E, claro, em conjunto ao cuidado físico, também há o acompanhamento psicológico, comum a todo time profissional de *e-sports*.

¹³ Disponível em: http://games.tecmundo.com.br/noticias/atletas-esports-sofrendo-lesoes_812805.htm acesso em 26/05/2017

Quando analisados uma série de aspectos dos esportes eletrônicos afins aos esportes tradicionais, essa visão de Barbeiro e Rangel se torna ainda mais equivocada. O cotidiano de um *cyberatleta* é um bom exemplo.

Um *pro player* de LOL, por exemplo, treina cerca de oito horas por dia. Em épocas de grandes campeonatos, como o Mundial, alguns jogadores chegam a treinar até mais. É o caso do melhor do mundo, o sul-coreano Faker. Em entrevista ao site de notícias UOL, ele comentou que sua rotina inclui 12 horas de treinamentos diários e que, por vezes, ainda continua em batalhas individuais por até mais quatro horas.¹⁴

Segundo a mesma notícia, o jovem, de apenas 21 anos, é contratado da equipe sul-coreana profissional SKT desde 2013 e conta com um salário estimado em torno de 100 mil dólares por mês, cerca de 327 mil reais pela cotação atual, quase R\$ 4 milhões ao ano. Já no telejornal Globo Esporte, na edição do dia 24/05/2017, foram levados em consideração todos os patrocínios do jogador, o que representaria uma renda anual de 8 milhões de reais.

Pode-se avaliar também a estrutura dos times. Para que sejam considerados “profissionais” e possam disputar as ligas de suas regiões, cada corporação deve seguir alguns padrões. Um deles é o estabelecimento de uma *gaming house* (sigla GH), que, comparando com o futebol, é o Centro de Treinamento dos atletas, o conhecido “CT”. E assim como os centros tradicionais – como o Ninho do Urubu, do Flamengo, ou a Toca da Raposa, do Cruzeiro – as GHs devem conter elementos básicos para que as equipes não sofram multas, como: boa internet, quarto para todos os jogadores, refrigeração, entre outros.

As GHs são apenas um caso que evidencia as regras que regem os *e-sports*. Cada jogo, que poderia até ser entendido como uma “modalidade” do esporte eletrônico, tem as suas especificidades e seus padrões que devem ser seguidos. Assim como também os profissionais devem seguir determinado código de conduta para não sofrerem punições. Um jogador de LOL, tal qual um atleta de futebol, por exemplo, não pode xingar adversários durante partidas oficiais, caso contrário será punido.

Essa regulamentação geralmente é determinada pela produtora dos jogos. No caso do *League of Legends* é a Riot Games; no caso do CS:GO, a ESL; no caso do FIFA, a EA Games; e assim por diante. Mas, com o passar do tempo, cada região vai criando suas próprias entidades reguladoras, como citado no capítulo anterior.

Tamanha organização é um dos motivos que chamou a atenção do COI e que iniciou a discussão sobre a inclusão dos *e-sports* como uma modalidade olímpica. Outro acontecimento

¹⁴ Disponível em: <https://jogos.uol.com.br/ultimas-noticias/2016/10/31/tricampeao-mundial-e-milionario-aos-20-coreano-faker-e-o-pele-do-esport.htm> acesso em 22/05/2017

que também deu força a essa inclinação do Comitê Olímpico foi a já decretada inclusão dos esportes eletrônicos nos Jogos Asiáticos de 2022, em Hangzhou, na China¹⁵. Por enquanto, para a edição de Jacarta e Palembang 2018, na Indonésia, a modalidade ainda estará em fase de testes e não valerá medalha. Os *games* cogitados para essa primeira disputa são o FIFA e os do tipo MOBA (*League of Legends* e CS:GO). Vale ressaltar que os Jogos Asiáticos (levando em conta também os paradesportos) são considerados o segundo maior evento poliesportivo do mundo, ficando atrás somente dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos, em número de países e atletas participantes.¹⁶

Para entender essa inclinação a aceitar os esportes eletrônicos como modalidades, tal qual feito de forma pioneira pelo Comitê Olímpico Asiático, é preciso compreender que a Olimpíada e a Paralimpíada não são apenas uma competição esportiva. Segundo Pierre Bourdieu (1992), para analisá-las

seria preciso tomar como objeto o conjunto do campo de produção dos Jogos Olímpicos como espetáculo televisivo, ou melhor, na linguagem do marketing, como instrumento de comunicação, isto é, é o conjunto das relações objetivas entre os agentes e as instituições comprometidos na concorrência pela produção e comercialização das imagens e dos discursos sobre os Jogos. (BOURDIEU, 1992, p. 125)

Assim, os *e-sports*, obedecendo à lógica do mercado e se tornando um produto comercial bastante rentável – como mostram os números apresentados estão no capítulo 2 –, podem perfeitamente entrar no ambiente olímpico.

Portanto, a partir do momento em que os *games* se organizam em competições, têm regras de conduta, têm associações reguladoras e obedecem à mesma lógica mercantil que a principal competição esportiva do mundo, parece plausível entendê-los verdadeiramente como esportes.

Assim, partindo da premissa de que os *e-sports* são esportes, nada mais natural que a editoria do jornalismo a cobrir seus eventos seja a esportiva, e não a de entretenimento, como muitos acreditam.

Há muitos exemplos bem sucedidos no exterior. O principal é o canal coreano *OnGameNet*, que tem conteúdo exclusivo dedicado aos *e-sports* na televisão e em seu site oficial. Também na Europa e nos Estados Unidos há casos com editorias específicas que cobrem os

¹⁵ Disponível em: <https://omelete.uol.com.br/esports/noticia/conselho-olimpico-anuncia-que-jogos-asiaticos-de-2022-terao-modalidades-de-esports/> acesso em 23/05/2017

¹⁶ Disponível em: <http://www.tribuna.com.br/noticias/noticias-detalle/at-games/e-sport-sera-uma-das-modalidades-dos-jogos-asiaticos-de-2022/?cHash=eee9e4a93070f4dc79bfc61eafa75bc7> acesso em 23/05/2017

grandes campeonatos. A Alemanha é a sede da competição europeia de LOL, a LCS EU, o que a ajudou também a abrigar a mídia esportiva especializada e conferências internacionais sobre o assunto, como a *eScon Europe*, a Conferência de *e-sports* da Europa.

No Brasil, ainda estamos no começo desse tipo de cobertura: em 2017, foi o primeiro ano na história do Campeonato Brasileiro de LOL em que todas as partidas foram televisadas, pelo canal por assinatura SporTV. Em paralelo, pode-se ver outras iniciativas, como os programas *Arena e-sports*, da ESPN, e o EI Games, do Esporte Interativo. Mas, como na televisão o espaço ainda é pouco, talvez a maior vitória no reconhecimento nacional seja que, também esse ano, pela primeira vez, as páginas principais dos *sites* desses três canais – dedicadas exclusivamente à cobertura esportiva – passaram a contar com uma área específica para matérias sobre os *games*. No *site* da ESPN, inclusive, a seção aparece em destaque, sem estar escondida dentro de um “menu”.

Os próprios times de futebol já perceberam que não vale ignorar os esportes eletrônicos, mas sim trazê-los para perto. Por isso, é cada vez mais comum que os clubes tradicionais tenham alguma equipe de *games*. O Paris Saint-Germain, tem uma equipe de LOL, CS:GO e FIFA; o Schalke 04, de LOL e FIFA; o Manchester United, o Ajax, o West Ham, todos esses têm equipes de FIFA; e mais alguns outros seguem o mesmo caminho.

3.1 A narrativa esportiva

O jornalismo, seja ele de qual editoria for, tem por propósito contar histórias. Jim Owens (2016) comenta em seu livro que “o ato de contar histórias é parte integral do esporte na televisão”. Assim, analisando as narrativas das modalidades tradicionais e os esportes eletrônicos, é possível notar uma aproximação quanto à construção do herói.

Para comparação, pego os exemplos da matéria do Esporte Espetacular de 19/06/2016 sobre o recorde de medalhas do nadador americano Michael Phelps, em Pequim 2008¹⁷, e do episódio da série-documental *Legends Rising*, que conta a história de Gabriel “Revolta” Henud, jogador brasileiro de LOL¹⁸.

A matéria do EE mostra o caminho de Phelps até alcançar seu sonho de superar Mark Spitz e se tornar o atleta a conquistar a maior quantidade de ouros em uma única edição dos Jogos. Nesse caminho, o nadador tem que superar muitas barreiras, como o defeito dos óculos em uma prova que o impediu de enxergar direito. Ao fim, o americano supera todas as suas dificuldades, todo o cansaço de cair na água 17 vezes (entre classificatórias, semifinais e finais)

¹⁷ Matéria completa pode ser acessada em: <https://www.youtube.com/watch?v=KZDgLBwRBuM>

¹⁸ Documentário completo pode ser acessado em: <https://www.youtube.com/watch?v=HtQS2fyx67U&t=2s>

e conquista 8 medalhas de ouro. Ele sai da Olimpíada de 2008 com seu sonho alcançado e como o mais novo recordista de títulos olímpicos.

Revolta percorre praticamente os mesmo passos que Michael Phelps, só que dentro de seu próprio contexto. Ele vivia sua vida comum, como qualquer outro jovem, até que é chamado ao desafio de se tornar um jogador profissional. A partir de então ele tem que superar uma série de obstáculos, dentre os quais seu próprio psicológico, uma doença e o rebaixamento para atleta reserva. Gabriel chega até a parar de jogar um período. Ele continua sua caminhada, volta ao cenário competitivo agora “transformado” e mais maduro e consegue enfim seu sonho de ganhar o brasileiro. E sua saga continua, depois do campeonato nacional, veio o título do campeonato de acesso ao Mundial (o *International Wildcard*) e, enfim, a chegada ao Mundial propriamente.

Em ambos os casos, há a utilização da “trajetória do herói”, pensada por Joseph Campbell em seu livro *O Herói das Mil Faces* (1949). É claro que o mesmo recurso de roteiro é encontrado nas mais diferentes editorias do jornalismo. Mas no esporte é um recurso bastante presente, pois provoca uma maior identificação do atleta com o interlocutor que vê o evento. E o esporte é, como a história mostra, um local de construção de mitos, de heróis.

Mais uma vez, fica claro, então, como é plausível a categorização dos *e-sports* como esporte, e que assim devem ser abordados e estudados.

4. RELATÓRIO DE PRODUÇÃO

Segundo levantamento feito pelo banco de investimentos de produtos digitais *Digi-Capital*, a indústria dos *games* deve faturar cerca de 100 bilhões de dólares até o final de 2017. Esse número supera o faturamento previsto para Hollywood, a principal indústria cinematográfica do mundo. Na verdade, segundo esse mesmo estudo, essa superação já é uma realidade desde 2007.¹⁹

Esses números mostram que a importância dos games no mundo é crescente. Ainda no universo cinematográfico, por exemplo, só ano passado, duas megaproduções foram feitas baseadas em histórias de jogos eletrônicos: *Warcraft: o encontro de dois mundos* e *Assassin's Creed*.

A música também se deixou influenciar pelo universo dos games. Nas finais dos Campeonatos Mundiais de *League of Legends*, cantores e bandas são convidados a comporem músicas exclusivas para o jogo. A maior repercussão foi na final de 2014, ocorrida na Coreia do Sul. Na ocasião, a banda de rock *Imagine Dragons* lançou a música “*Warriors*” juntamente com um clipe exclusivo voltado para o jogo e seus personagens. Na época, a banda esclareceu que não se tratava de um álbum novo, mas apenas um *single* criado sob demanda a pedido da Riot, a produtora do jogo.

Foi a primeira grande banda a criar um conteúdo exclusivo para o jogo. Depois do sucesso da iniciativa, que teve mais de 60 milhões de visualizações no YouTube²⁰, outros músicos se sentiram incentivados a seguir o mesmo caminho, como o DJ Zedd e a banda norueguesa Djerv.

Esse movimento em áreas para além do âmbito virtual é consequência do universo cada vez maior de *gamers* (pessoas que jogam algum tipo de jogo eletrônico) no mundo. Segundo o levantamento Global Games Market Report, da Newzoo²¹, o número de jogadores em 2013 já representava cerca de um quinto da população mundial, algo em torno de 1,2 bilhão de pessoas.

Dentro desse número, estão incluídas as pessoas que também se interessam pelos games e querem acompanhá-los. Para se ter uma ideia, na final do Mundial de *League of Legends* de

¹⁹ Disponível em: <http://www.webnoticias.fic.ufg.br/n/68881-industria-de-games-supera-o-faturamento-de-hollywood> acesso em 07/05/2017

²⁰ Dados retirados do site: <http://br.ign.com/esports/39619/news/riot-revela-musica-inedita-do-dj-zedd-para-o-mundial-de-leag> (acesso 07/05/2017)

²¹ Pesquisa divulgado pelo jornal Estadão: <http://link.estadao.com.br/blogs/modo-arcade/jogadores-ja-sao-mais-de-12-bilhao-em-todo-o-mundo/> (acesso 07/05/2017)

2016, a Riot anunciou uma audiência de 43 milhões de telespectadores.²² Para efeito de comparação, o *SuperBowl* LI, final da liga de futebol americano do mesmo ano, teve a audiência recorde de 112 milhões de telespectadores.²³

Assim, diante de tanta audiência, naturalmente passou a crescer uma mídia específica sobre o assunto. Primeiro, com as narrações especializadas, com comentaristas e coberturas dos eventos. Depois, os programas e *streamers* (espécie de comentarista de YouTube). Agora, assim como aconteceu com o universo dos filmes e da música, também o universo televisivo passou a se interessar pelos *e-sports*.

Porém, se essa já é uma realidade no mundo, a cobertura brasileira ainda está muito aquém se comparada com a no exterior. E não é por falta de público. Segundo a Twitch.tv, site de transmissões de programas e eventos de *e-sports*, o Brasil consumiu cerca de 800 milhões de horas de *e-sports* em 2016.²⁴

Diante de dados tão expressivos, e baseada nas experiências bem sucedidas de programas estrangeiros, decidi criar o piloto *Game Break* – um programa esportivo que tivesse apenas pautas do mundo dos *e-sports*.

4.1 Roteirização

Diante dos dados apresentados no tópico anterior, comecei a pensar no roteiro. A maior dificuldade foi a escolha de qual seria o enfoque. Afinal, entre as 800 milhões de horas consumidas de *e-sports* estavam incluídas aquelas dedicadas não só ao *League of Legends*, mas também ao CS:GO, ao *Mortal Kombat*, *Crossfire*, *FIFA*, *PES* e tantos outros esportes eletrônicos.

Nelson Traquina (2005), enumera os critérios de noticiabilidade tradicionais ao jornalismo. Entre eles, o autor cita a “relevância”:

Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas. Este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação.” (TRAQUINA, 2005, p. 80)

²² Dado retirado da matéria: <http://mycnb.uol.com.br/noticias/5012-final-do-mundial-de-lol-2016-nos-eua-bate-recorde-de-audiencia> (acesso 07/05/2017)

²³ Dados retirados do artigo: <http://www.meioemensagem.com.br/home/opinioao/2016/07/01/e-sports-um-novo-meio-de-comunicacao.html> (acesso 07/05/2017)

²⁴ Dado retirado do artigo: <http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2017/02/09/trashed-16.html> (acesso 07/05/2017)

E como o LOL é o jogo mais jogado no mundo, com cerca de 100 milhões de contas ativas mensalmente²⁵, pareceu correto colocar o game como assunto principal. Tal qual seria, por exemplo, o futebol em um noticiário esportivo como o Globo Esporte.

Traquina (2005) também fala sobre a questão do “tempo”. Segundo ele, um acontecimento atual é notícia. Portanto, minha decisão foi dar prioridade ao maior campeonato que estivesse em curso na época. No caso, o Campeonato Brasileiro de *League of Legends*, o CBLOL, estava na etapa das semifinais, enquanto os outros não haviam começado ou estavam em etapas muito preliminares.

Assim, o roteiro estabelecido foi começar o programa com um boletim bem factual acerca dos dois jogos das semifinais: Keyd Stars X INTZ; e Pain Gaming X Red Canids.

Em seguida, o programa aborda outras notícias ainda ligadas ao LOL. Primeiro o fato de o Peanut, jogador da equipe mais bem ranqueada do mundo, a SKT, ter chegado bêbado após uma festa e gravado um vídeo ao vivo na Twitch.tv. Em seguida, um jogador da mesma equipe, o coreano Faker, que anunciou, também em um *live* (uma transmissão ao vivo na internet), o desejo de vir para o Brasil.

Essas matérias serviram de gancho para chamar a matéria com o regulamento do MSI (Mid-Season Invitational), uma espécie de Mundialito do LOL, que aconteceria pela primeira vez na América Latina, entre os dias 28 de abril e 21 de maio, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Na época da gravação, o campeonato não havia acontecido ainda.

Para terminar o programa, ainda pensando na questão da “relevância”, entra uma matéria trazendo à tona a ligação entre o mundo dos *games* – não só o LOL – e o mundo dos esportes tradicionais. Essa matéria serve de chamariz para as pessoas que estão começando a se interessar pelo mundo dos games, mas ainda não o conhecem muito.

A duração total do programa é de 12 minutos e 30 segundos. O projeto compreende um programa de tempo de produção máxima de 15 minutos, que podem ser intercalados com tempo de propaganda comercial, não ultrapassando a duração de 20 minutos de exibição.

4.2 Gravação

Como o programa se tratava de um piloto independente, não havia patrocínio. Portanto, uma das primeiras dificuldades foi encontrar um local que fosse bom e que não fosse caro. Depois de muita pesquisa, descobri a sala de convivência e reunião do Bloco 2 do Condomínio

²⁵ Dado retirado da matéria: <http://mycnb.uol.com.br/noticias/4623-riot-diz-que-league-of-legends-tem-100-milhoes-de-jogadores> (acesso 09/05/2017)

Íon, onde fica a Novo Horizonte, uma *Joint-Venture* da Globosat. O local foi cedido gratuitamente, desde que as gravações fossem feitas à noite.

O espaço era bem decorado, com uma parede boa para projeções gráficas em cima. O maior problema foi a profundidade. Com uma sala de menos de 20m², seria impossível desfocar o fundo. Para evitar ao máximo um fundo chapado, coloquei as câmeras em uma quina e o efeito alcançado foi bem próximo de uma profundidade.

4.3 Edição

Após toda a captação, foi chegada a hora de abrir o material na ilha de edição. O programa poderia ter até 15 minutos, segundo a previsão, e tínhamos quase 2 horas de material.

Como os assuntos abordados já trabalham com muitos efeitos especiais, optei por priorizar uma edição sem tantos efeitos especiais. O principal recurso utilizado foi a projeção de imagens na parede do estúdio que se referissem aos assuntos das cabeças das matérias. Na parte das semifinais, aparecem os escudos das equipes, já quando o assunto é sobre um jogador específico, aparece a foto dele.

O detalhe está na manipulação das projeções. Como a parede é de tijolos, não faria sentido colar uma imagem plana, pois pareceria muito falso. A intenção foi transformar os escudos em imagens pixeladas e as fotos de Faker e Peanut em desenhos. Assim, esses recursos, somados à alteração das perspectivas, fazem parecer que as projeções são pinturas na parede.

Outra preocupação foi de não deixar esses desenhos na parede estáticos. Pode-se notar que as imagens tremem em alguns instantes, de modo a imitar um *bug*, um erro que acontece nos jogos *online* devido à internet lenta.

Dentro das matérias, optei, em algumas vezes, pela transição pixelada. Também na intenção de lembrar o universo virtual.

5. CONCLUSÃO

O jornalismo de *games* ainda tem um longo caminho a percorrer para conseguir penetrar e ser bem aceito em meios tradicionais, como as grandes redes de televisão. Mas o caminho já percorrido em meios alternativos da web, como blogs e vlogs de youtubers e streamers, não pode ser ignorado. Considerar que essa ainda é uma editoria em “fase inicial” é fechar os olhos para as milhões de visualizações em páginas oficiais do YouTube e sites especializados como a Twitch TV.

O questionamento acerca do *e-sport* como um “esporte” de fato acaba se revelando mais como perda de tempo do que como uma contribuição teórica. É provável que nunca se estabeleça um consenso geral sobre o assunto. Mesmo modalidades tão conhecidas como o automobilismo, que teve um ícone nacional tão forte como Ayrton Senna, não conseguem reunir o consenso geral sobre sua definição esportiva. Portanto, parece equivocado esperar que uma modalidade tão recente, com menos de dez anos de história, atinja tamanha aceitação.

Muito além de criar uma polêmica acerca das convicções esportivas de cada leitor, o presente trabalho buscou estabelecer semelhanças entre a cobertura midiática esportiva tradicional, como a do futebol, e aquela dedicada aos eventos eletrônicos. Aproximação essa que justifica a abordagem jornalística das editorias esportivas quando o assunto é alguma competição de *e-sport*.

Trabalhar em um canal dedicado ao esporte e poder sugerir um piloto com conteúdo exclusivo aos jogos eletrônicos foi uma experiência incrível, principalmente por ser uma área de conhecimento de meu maior interesse. A grande dificuldade foi criar uma linguagem que fosse comum ao telespectador tradicional do canal SporTV, acostumado em sua maioria com os esportes olímpicos, e fazer com que esse público se interessasse por esse novo mundo digital. Ao mesmo tempo, havia a necessidade de não tornar o conteúdo muito amador para aquele indivíduo que já é consumidor dos jogos eletrônicos.

Além disso, como mencionado na introdução, o trabalho mostrou que o jornalismo de *games* não é apenas um campo de entusiastas que ainda estão explorando um universo a ser descoberto. O piloto *Game Break* e sua base teórica são um exemplo de que toda a construção do imaginário dos *e-sports* não é feita à base de empirismo, apenas por pessoas “viciadas em videogames”. Por detrás da organização dos campeonatos e dos boletins, de web ou da televisão, há um grupo de jornalistas esportivos que dedicam seus conhecimentos à transmissão das mensagens de cada jogo.

Por fim, mesmo sendo um piloto e sabendo que não haveria tempo para gravação e edição de uma continuidade, optei por deixar em aberto a continuação do programa com a sugestão de uma periodicidade semanal. Essa escolha foi para demonstrar que a editoria de *e-sports* tem matéria suficiente para manter um programa televisivo no ar – até mesmo com uma periodicidade menor –, mas também para deixar no ar sugestões de linguagem e abordagem para um próximo programa.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, H., & RANGEL, P. *Manual do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2006.

CAMPBELL, Joseph. *O Herói das Mil Faces*. São Paulo: Pensamento, 1997.

JENKINS, Henry. *Fans, bloggers, and gamers: exploring participatory culture*. Nova York: New York University, 2006.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 1ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.

OWENS, Jim. *Television Sports Production* (5ª ed.). Burlington: Focal Press, 2016

STYCER, M. *A História do Lance!* São Paulo: Alameda, 2009

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo* - Volume 1. 1ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão - A Influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. p. 123-128.

ECO, Umberto. *A falação esportiva - Viagem na irrealidade cotidiana*. 9ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p.220-226.

RIBEIRO, Nicolly S. V. *Newsgames: que relação pode haver entre jogos e notícias?* Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo – Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011. Orientadora: Prof. Dra. Cristiane Henriques Costa.

TIBÚRCIO, Matheus. *Jornalismo de games na internet brasileira*. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo - Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2013. Orientadora: Prof. Dra. Cristiane Henriques Costa.

Pesquisas estatísticas:

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. *Pesquisa brasileira de mídia 2016 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. – Brasília : Secom, 2016.

FACEBOOK. *State of Connectivity: A Report on Global Internet Access*. 2016. Disponível em: <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2016/02/state-of-connectivity-2015-2016-02-21-final.pdf> Acesso em: 05/04/2017

Documentários:

LEGENDS RISING: REVOLTA. Riot Games, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UaJp3mVUpQ>

ALL WORK ALL PLAY. Direção: Patrick Creadon. Netflix, 2015. (94 minutos)